

http://taom.academy/sveden/files/Pologhenie_o_vypusknoy_kvalifikacionnoy_rabote_bakalavriat.pdf (Дата обращения: 12.10.2018)

3. Зинченко, А.П. Игровая педагогика [Текст]: система педагогических работ Школы Г.П. Щедровицкого / А.П. Зинченко. Тольятти: изд-во МАБиБД, 2000. 184 с.

УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ ПРОГРАММАМИ: НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Н.В. Соловова, Н.В. Суханкина

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П.Королёва*

Система профессионального образования функционирует на основе реализации образовательных программ (ОП). В новых реалиях высшего образования (расширение внешних и внутренних интеграционных процессов, усиление междисциплинарности, развитие сетевого взаимодействия и др.) образовательная программа становится центральным элементом всей системы управления в университете. Каждая образовательная программа вуза формируется на базе требований рынка труда, имеет свою целевую аудиторию, «обслуживающий» персонал (преподаватели разных учебных департаментов и факультетов, научные работники), нуждается в отдельном позиционировании, продвижении и руководстве. Реализуемые образовательные программы вуз предлагает как непосредственным потребителям – студентам и слушателям, так и – через своих выпускников – рынку труда: компаниям и организациям. Кроме того, «покупателями» образовательных программ могут быть родители, участвующие в выборе образовательного учреждения и оплачивающие обучение своих детей. Все эти целевые аудитории имеют индивидуальные потребности и ожидания относительно содержания образовательных программ вуза и качества предоставляемых образовательных услуг [7].

Новый порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета, магистратуры отражен в Приказе Министерства образования и науки РФ от 5 апреля 2017 г. № 301, в котором дано определение образовательной программы: «Образователь-

ная программа представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), программ практик, иных компонентов, а также оценочных и методических материалов». Вместе с тем при рассмотрении конкурентоспособности образовательной программы понимание ее как совокупности нормативно-правовых и методических документов и нормативных требований к ее ресурсному обеспечению в настоящий момент дополняется пониманием образовательной программы как совокупности свойств образовательной услуги по подготовке специалиста, значимых и необходимых для потребителей [5].

Под конкурентоспособностью образовательной услуги понимается совокупность качественных и количественных характеристик, отвечающих потребностям целевых потребителей и определяющих социальный и экономический эффект деятельности образовательного учреждения. Чаще всего под конкурентоспособностью образовательной программы высшего профессионального образования понимается превосходство ее ключевых параметров над аналогичными параметрами подобных образовательных программ других учебных заведений [2; 3]. Целесообразно выделить две группы таких параметров: количественные и качественные (рис. 1).

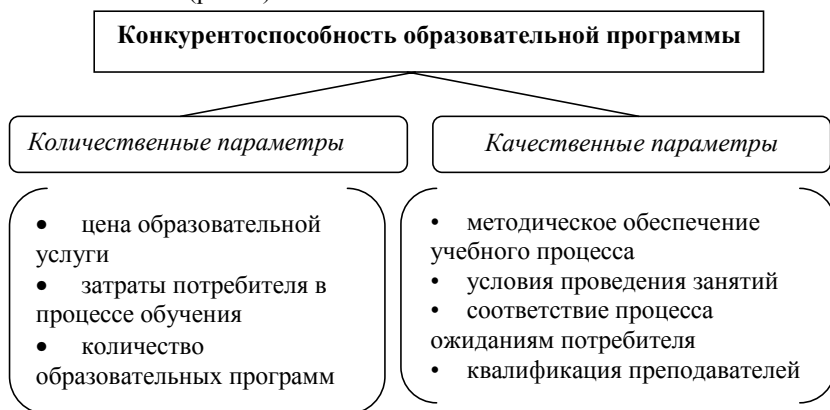


Рисунок 1 – Количественные и качественные параметры конкурентоспособности образовательной программы

На конкурентоспособность образовательных программ оказывает влияние комплекс внешних и внутренних факторов (табл.1). *Внешние факторы* отражают объективное влияние, оказываемое на образовательные организации «извне»: со стороны общества, государства, экономики. *Внутренние факторы* характеризуют внутренние ресурсы и потенциал образовательной организации, ее возможность и способность «изнутри» реагировать на внешние воздействия. Внутренние факторы расположены в области контроля руководством высшего учебного заведения и относятся к сфере его компетенций [1].

Таблица 1.

Факторы конкурентоспособности образовательных программ

Внешние факторы	Внутренние факторы
Социально-демографические (численность, рождаемость)	Наличие заслуженных и известных педагогов и научных школ
Научно-технические (востребованность новых технологий)	Личность руководителя
Экономические (уровень заработной платы и объемы финансирования)	Система управления финансами и ценовая политика (скидки, кредиты)
Уровень развития инфраструктуры рынка	Организационная структура управления
Культурная среда	Материально-техническая база
Отраслевая структура страны и региона	Информационные и электронные ресурсы
Традиции системы высшего образования и успешность образовательных реформ	Коммуникационная политика и корпоративная культура
Политико-правовые	Состояние учебно-методической базы

В настоящее время отечественные и зарубежные исследователи особое внимание уделяют качественным методам оценки конкурентоспособности предприятия, которые основаны на стратегическом подходе. Данные методы позволяют провести анализ и оценку конкурентных преимуществ предприятия, не давая четкого количественного результата оценки, но при этом могут быть использованы преимущества вуза на перспективу и выработана стратегия конкуренции [6]. Анализ современ-

ного состояния и прогноз тенденций изменения значимой для образовательной организации внешней среды, а также внутренних ресурсов и конкурентных преимуществ образовательной организации позволяет выделить стратегические факторы конкурентоспособности образовательных программ (рис. 2).



Рисунок 2 – Стратегические факторы конкурентоспособности образовательной программы

Стратегический подход меняет и основные элементы системы управления учебным и научно-исследовательским процессами в университете. В управлении образовательными программами происходит разделение контуров управления:

- *академическое управление* (академический руководитель программы + академический совет программы);
- административное управление (менеджер) [6].

Традиционно процессы разработки содержания образовательной программы и ее реализации находились в компетенции руководителя структурного подразделения – заведующий кафедрой. При таком подходе к управлению возникает риск сохранения «монокафедральной» политики вместо востребованной междисциплинарной. В условиях модернизации процесса управления образовательной программой оптимальным становится делегирование полномочий руководителя ОП отдельному специалисту, компетентному в вопросах прогнозирования, реализации, рефлексии и принятия эффективных управленческих решений. Обладая

собственным видением перспектив развития направления подготовки, специальности в согласовании с профессиональным стандартом, он формирует команду ППС для реализации авторского замысла подготовки кадров. При этом зона его персональной ответственности существенно расширяется. Руководителю образовательной программы даются полномочия по определению реализуемых в рамках образовательной программы модулей и выбору подразделений, предлагаемых различными подразделениями университета, а также по распределению фондов развития образовательной программы.

Принципы организации академического руководства образовательной программой: независимость от ППС; открытость и восприимчивость к запросам внешней среды (работодателям, абитуриентам и т.д.); коллаборация с экспертным сообществом (Академический совет); интеграция с другими образовательными программами университета; образовательная программа как самостоятельный продукт, «продаваемый на рынке»; оценка качества академического руководства.

Одним из механизмов реализации новой модели управления образовательной программой является институционализация руководителя ОП, обозначающая формализацию и упорядочение отношений внутри образовательного процесса, закрепление за субъектом образования конкретных функций.

Функции менеджера образовательной программы состоят в управлении различными аспектами жизнедеятельности образовательной программы: разработка и поддержание в актуальном состоянии документов программы (учебные планы, сайт, методические материалы, описание бизнес-процессов); организация учебного процесса студентов; координация работы преподавателей со студентами своей образовательной программы; продвижение программы; анализ качества реализации программы; коммуникация с внешней средой (работодатели, родители, организации); разрешение конфликтов между студентами и преподавателями.

Таким образом, в новых социально-экономических условиях основной задачей деятельности вуза становится подготовка, реализация и оценка экономической эффективности образовательных программ, привлекательных для абитуриентов и конкурентоспособных на рынке образовательных услуг. В связи с этим ключевой задачей руководителя обра-

зовательной программы является обеспечение развития, продвижения программы, ее привлекательности и конкурентоспособности на региональном, национальном и международном уровнях. Новая страница в системе управления развитием вуза – создание департамента руководителей образовательных программ, наделение их необходимыми полномочиями, обеспечение своевременного организационно-методического сопровождения реализации образовательной программы.

Библиографический список

1. Белинская М.Н. Факторы оценки конкурентоспособности государственных вузов // Вестник СамГУ. 2013. № 1 (102). С.20-26.
2. Дополнительное образование: менеджмент образовательных услуг: учебник для бакалавриата / под ред. А.П. Панфиловой, П.А. Бавиной. М.: Проспект, 2018. 432 с.
3. Комаров О.Е. Управление конкурентоспособностью вуза на рынке образовательных услуг // Наука и образование: современные тренды: коллективная монография. Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2014. С. 81-102.
4. Кузьминов Я.И. ВШЭ: обновление структуры, кадров и образовательных программ. Режим доступа: <https://strategy.hse.ru/data/2015/12/01/>
5. Мальченкова И.В. Оценка конкурентоспособности образовательной программы как средство повышения качества образования: на примере деятельности руководителя учреждения среднего профессионального образования // Дисс... кан. пед. наук: 13.00.01. Самара. 228 с.
6. Моисеев А.М., Моисеева О.М. Основы стратегического управления школой : учеб. пособие. М.: Центр педагогического образования, 2008. 256 с.
7. Нетесова А.В. Потребители образовательных услуг как объект маркетинговых исследований // Экономическая наука и образование. 2009. № 2 (52). С. 348-351.